

## REGARDS CROISÉS

D'autres facettes du Tour de France

### Le Tour de France et l'argent

Le Tour de France est une épreuve conçue à l'origine pour regonfler les ventes du journal L'Auto. Depuis, sa dimension lucrative ne s'est jamais démentie. Elle est même devenue aujourd'hui une énorme machine économique qui en fait le troisième événement sportif le plus suivi dans le monde, après les Jeux Olympiques et la Coupe du Monde de Football. Tout ça pour le plus grand bonheur de son organisateur ASO (Amaury Sport Organisation) qui gère pour l'occasion un budget de plus de cent cinquante millions d'euros.

#### Les gains des coureurs

Sur le Tour de France, les primes et dotations sont distribuées en fonction du classement final pour chaque maillot distinctif, ainsi qu'aux vainqueurs d'étape, aux gagnants des sprints intermédiaires ou encore aux coureurs les plus combattifs.

Pour l'édition 2017, les coureurs se sont partagés 2,3 millions d'euros. Bien que la Grande Boucle soit l'épreuve cycliste la plus médiatisée, le vainqueur du Tour de France touche quatre fois moins d'argent que le vainqueur de Roland Garros (2,1 millions d'euros). La tradition veut que toutes les primes remportées par une équipe soient mises en commun et distribuées équitablement entre équipiers. En 2017, l'équipe Sky s'est partagée plus de 700 000 €, alors que Sunweb (3<sup>e</sup>) n'a récolté que 177 000 € et Cofidis (dernière) 19 000 €.

Classement général	
1er	500 000 €
2e	200 000 €
3e	100 000 €
4e	70 000 €
5e	50 000 €
15e	2000 €
>20e	1000 €

Vainqueur d'étape	
1er	11 000 €
2e	5 500 €
3e	2 800 €
4e	1 500 €
5e	830 €
15 <sup>e</sup> à 20e	300 €

Classements annexes (montagne, points, jeunes)	
1er	25 000
2e	15 000
3e	10 000
4e	4 000
5e	3 500
15e	2000 €
>20e	1000 €

Classement final par équipe	
1er	50 000 €
2e	30 000 €
3e	20 000 €
4e	12 000 €
5e	8 000 €

#### Autres primes

- Une journée en jaune : 500 €
- Une journée en vert, en blanc ou à pois : 300 €
- Coureur le plus combattif du jour : 2 000 €. Super combattif du Tour : 20 000 €.
- Sprint intermédiaire : 1500 €
- Passage d'un col hors-catégorie en tête : 800 euros (200 euros pour un col de 4e catégorie).

Si Nacer Bouhanni est le cycliste français le mieux payé avec un million d'euros par an (cinq millions pour Christopher Froome), les coureurs français de l'élite gagnent environ 5 700 euros bruts par mois. Un salaire, qui sans les primes, est environ huit fois inférieur à celui d'un footballeur du championnat de France.



À la libération, le directeur de *L'Auto*, Jacques Goddet fut soupçonné de collaboration économique. Pour autant, l'organisation du Tour de France constituait un enjeu crucial pour survivre et suscitait la convoitise des quotidiens sportifs reconstitués à la Libération. Afin de mieux concurrencer le journal *Sports* de la presse communiste, *L'Équipe*, nouvellement créée après l'interdiction de *L'Auto*, fusionna en 1946 avec *Élans*, un autre quotidien sportif. Finalement, *L'Équipe – Élans* et le *Parisien libéré* récupérèrent le Tour et *Sports* cessa de paraître en 1948. Ils achetèrent même l'épreuve dix ans plus tard (1956), ce qui donna à *L'Équipe* une situation de monopole sur la presse quotidienne sportive française. Le journal investit massivement sur l'épreuve, tant dans son compte-rendu journalistique que dans la conception même de l'épreuve (parcours...). De 1947 à 1967, hormis la victoire de Marcel Cerdan, vingt-neuf des trente meilleurs tirages du journal concernèrent le Tour de France.

En 1965, Émilien Amaury, fondateur du *Parisien libéré*, qui détenait 50% de *L'Équipe*, racheta totalement le journal. Le groupe prit de l'ampleur avec la mise en place en 1992 d'Amaury Sport Organisation (ASO) qui gérait non seulement le Tour, mais aussi Paris – Roubaix, Paris – Nice, le Tour d'Espagne (Vuelta) ou encore... le Paris-Dakar. Autant d'événements que *L'Équipe* s'appliqua à commenter pour le plus grand plaisir de ses lecteurs. Enfin, 2009 vit l'arrivée de *L'Équipe TV*.



## Les droits télé

Si le premier reportage radiophonique en direct a été réalisé lors du Tour 1930, c'est en 1948 que les premières images en direct du Tour furent retransmises avec l'arrivée victorieuse de Gino Bartali au Parc des Princes.

Cette année 2017, l'intégralité des vingt-et-une étapes est proposée par France Télévision ! Et l'épreuve est retransmise par une centaine de télévisions et diffusée dans cent quatre-vingt-dix pays. Les droits TV représentent environ 50% du budget du Tour de France (lequel est de 150 millions).

Pour la seule couverture française, France Télévisions débourse vingt-quatre millions d'euros. Une somme qui ne permet toutefois pas à l'événement d'être rentable pour la chaîne, mais qui dope l'audience.

Pour tenter de fructifier son investissement, France Télévisions facture près de 15 000 euros le spot publicitaire de trente secondes lors d'une étape de montagne (contre 30.000 euros pour la finale hommes de Roland Garros). Quant aux marques qui parrainent les émissions diffusées par France Télévisions pendant la course, elles peuvent investir jusqu'à 600.000 euros.



Signalons enfin que le sondage Odoxa, réalisé en 2016, faisait état de 50 % des téléspectateurs suivant le Tour pour avant tout « admirer les paysages et le patrimoine français ».

## Les sponsors

Ils fournissent à eux seuls 40% du budget de l'épreuve. Car le Tour représente un espace d'exposition privilégié et constitue pour les sponsors une affaire très rentable.

Pour figurer parmi les trente-cinq marques de sponsors retenues, il y a deux solutions. Soit la marque fait partie des cinq partenaires officiels privilégiés du Tour de France (LCL, Carrefour, Vittel, Skoda Krys). Dans ce cas, la présence dans la caravane est incluse dans le contrat très élevé de

sponsoring (entre trois et cinq millions par an). Sinon, il faut payer 40 000 euros pour avoir quatre véhicules dans la caravane.



Inventée il y a plus de quatre-vingt-cinq ans (1930), la mythique caravane du Tour est composée de cent soixante-dix véhicules. Elle distribue pendant trois semaines plus de quatorze millions de petits cadeaux en tout genre, les fameux *goodies*, aux millions de spectateurs massés sur le bord des routes.

Quant aux sponsors des équipes, le Tour de France assure à lui seul le retour sur investissement d'une saison complète. Yvon Breton, directeur général délégué d'AG2R La Mondiale déclarait ainsi que « Pour un budget de 8,3 millions d'euros, nous avons obtenu 63 millions d'euros en équivalent publicitaire en 2011 ». Mais ces gros investissements ne sont pas sans risques. D'une part parce que les aléas de la course (abandon) peuvent gommer la visibilité du sponsor. D'autre part, parce que les affaires de dopage qui ternissent depuis des années le Tour peuvent aussi avoir un effet dévastateur (cf. l'affaire Festina).

